

**INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRÈNCIA DE
SERVEIS DE COMUNICACIÓ PER A LA GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL MUSEU
D'HISTÒRIA DE BARCELONA****Dades del contracte**

Petició de contracte:	006_P2501670
Tipus de contracte:	Serveis
Objecte:	Serveis de comunicació per a la gestió de les xarxes socials del Museu d'Història de Barcelona
Pressupost (IVA inclòs):	17.545 € L'any 2025 (fins al 30 de desembre de 2025): import de 10.150 € import net, 12.281,50 € d'import total, IVA inclòs. L'any 2026 (fins a la finalització del període de 8 mesos): import de 4.350,00 € import net, 5.263,50 € d'import total, IVA inclòs.
Tipus d'IVA:	21%
Pressupost net (sense l'IVA): <i>Aquest pressupost net no pot ser superat per l'oferta.</i>	14.500€
Aplicació pressupostària:	1423/ 22605 /33313
CPV:	92521000-9 Servicios de museos

Antecedents

El Museu d'Història de Barcelona (Institut de Cultura de Barcelona) promou la divulgació de la història i la memòria de la ciutat envers la ciutadania a la qual s'adreça, i impulsa la participació ciutadana envers la cultura des de tots els seus àmbits i a través de les 18 seus que el conformen. D'altra banda, també correspon al museu la gestió i difusió del Patrimoni històric dels quals es destaca el conjunt de Plaça del Rei i el Born Museu d'Història de Barcelona, equipaments culturals centrals de la ciutat, així com promoure la cultura impulsar i difondre les activitats o promoure la divulgació històrica etc.. També són moltes les activitats, programes, exposicions que es presenten i la participació en les iniciatives culturals de la ciutat.

Al segle XXI els de canals de comunicació web i de xarxes socials propis, tant per informar abastament d'iniciatives, programes i projectes culturals, com per divulgar continguts culturals, científics, educatius, com per construir un relat i teixir comunitat amb els respectius públics objectius són bàsics per assolir els objectius comunicatius. La tria de les activitats, conferències, seminaris, publicacions, activitats familiars i infantils, que es destaquen es farà responnent a raons de qualitat alhora que respectant la pluralitat i

necessitats específiques dels diferents públics a través de la web i les xarxes socials- instagram, facebook i youtube.

Donat que el Museu d'Història de Barcelona està tramitant un contracte obert per tal de garantir aquest serveis necessaris per la comunicació a la ciutadania de la seva activitat per als propers anys, es necessita en aquest moment el contracte menor per garantir la continuïtat del servei mentre es resol el contracte que es troba en tramitació i no aturar els canals de comunicació digitals indispensables per comunicar a la ciutadania activitats i serveis.

Atès que, aquesta prestació no pot ser proporcionada directament per l'ICUB, perquè no disposa dels mitjans personals i/o materials necessaris per a la realització de les esmentades actuacions, es proposa la contractació externa per realitzar-lo mitjançant un contracte menor, tal com es preveu en la Llei 9/2017 de contractes del sector públic.

D'acord amb l'article 118.2 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP), s'ha comprovat que queda justificada la necessitat del contracte i no s'està alterant el seu objecte per evitar l'aplicació dels llistats indicats en l'article 118.1.

Respecte del punt 6.1 de la Instrucció per a l'aplicació de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, aprovada per Decret de la Comissió de Govern 2018/160, de 8 de març, s'utilitza el contracte menor perquè no es viable ni eficient efectuar un altre procediment d'adjudicació.

Descripció de l'objecte. Prescripcions tècniques

Gestió de les xarxes socials del museu (Instagram, facebook i Youtube) per part d'un Community Manager i promoció dels continguts publicats. En concret:

- 5 publicacions mínimes setmanals a a Facebook i 5 a instagram, en format reel, post i 5 Storie. Adaptació del reels per al canal Youtube.
- Inclou la publicació, dinamització i atenció a l'usuari durant els set dies de la setmana. L'idioma principal de les comunicacions és el català, sent necessari en algunes ocasions publicacions en castellà o anglès.
- Cobertures en directe i cobertura 2.0 d'esdeveniments culturals d'especial rellevància. Per tal de fer el seguiment, l'empresa haurà de desplaçar-se (sense cost addicional) a l'espai on es fa esdeveniment escollit i fer fotografies i/o vídeos el contingut més rellevant, respectant els hashtags i mencionant aquelles persones que hi participen.
- Seguiment d'activitats i programació destacades. Aquestes activitats tindran més o menys freqüència depenent del moment. Es consensuaran els esdeveniments a cobrir i el criteri per a seleccionar-los. Publicació d'una agenda setmanal amb una antelació de 15 dies a instagram, a Facebook les activitats es publicaran individualment amb l'enllaç al web.
- Gestió i implementació de campanyes pròpies (prèviament acordades) als canals digitals. Això inclou la preparació dels visuals i l'elaboració dels copy's, així com la calendarització de les publicacions.

- Gestió i implementació de campanyes pròpies (prèviament acordades) als canals digitals. Això inclou la preparació dels visuals i l'elaboració dels copy's, així com la calendarització de les publicacions.
- Gestió i implementació de campanyes municipals-Nits dels Museus, In Museum, etc- d'anuncis a Xarxes. Això implica seguir la planificació de mitjans que es fa des de l'agència, segons les seves indicacions. L'adjudicatària adaptarà tant les imatges com el missatge a cadascun dels formats publicitaris que es contractin en les esmentades xarxes.
- Seguiment de les recomanacions la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, quan plantilles i incorporació de la imatge corporativa del Museu en les publicacions.
- Gestió del canal Youtube del Museu, o altres plataformes de continguts digitals que puguin incorporar-se
- Moderació i atenció a la comunitat d'usuaris/es (converses, comentaris i mencions).
- Identificació i seguiment periòdic de perfils estratègics (influencers, líders d'opinió).

Per a la prestació dels serveis sol·licitats es requereixen els serveis de un **Community Manager** per la gestió de les xarxes. Aquest servei s'haurà de portar a terme per personal llicenciat en comunicació audiovisual, o equivalent, amb formació i experiència com a community manager, serà l'encarregada de crear i publicar els continguts pels diferents canals digitals i dinamitzar públics i comunitats digitals.

Així mateix, **es sol·licita una inversió en promoció de continguts per part de l'empresa licitadora de 5.000 €** per tal de visibilitzar els continguts a les xarxes. Aquest import es fixe i no pot suposar Baixa de l'oferta.

L'empresa correrà a càrrec de desplaçaments, despeses de material tècnic, disseny d'elements i tota la despesa necessària per portar a bon terme el servei.

Lloc de realització de la prestació

Donat la naturalesa dels serveis la persona destinada com a *community manager* haurà de tenir reunions diàries amb l'equip de comunicació del museu i es requereix presencialitat de dilluns a divendres de 9 a 14 h i quan hi hagi un esdeveniment que s'hagi de cobrir informativament.

Inici de les prestacions i termini d'execució

S'iniciarà la prestació a partir de la data d'adjudicació i tindrà una durada de 8 mesos.

La periodització prevista dels treballs és la següent:

Fins al 31 de desembre de 2025:

- Seguiment d'activitats i programació destacades. Aquestes activitats tindran més o menys freqüència depenent del moment. Es consensuaran els esdeveniments a cobrir i el criteri per a seleccionar-los. Publicació d'una agenda setmanal amb una antelació de 15 dies a Instagram, a Facebook les activitats es publicaran individualment amb l'enllaç al web.
- Gestió i implementació de campanyes pròpies.
- Seguiment de les recomanacions la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, quan plantilles i incorporació de la imatge corporativa del Museu en les publicacions.
- Identificació i seguiment de perfils estratègics (influencers, líders d'opinió).
- Gestió i implementació de campanyes pròpies (prèviament acordades) als canals digitals. Això inclou la preparació dels visuals i l'elaboració dels copys, així com la calendarització de les publicacions.

Període fins a finalitzar els 8 mesos de duració del contracte:

La resta de tasques incloses a l'objecte del contracte, especialment les campanyes especials i el seguiment d'actes del museu.

Criteris d'adjudicació

D'acord amb la base d'execució 27ena. dels pressupost prorrogat de l'Ajuntament de Barcelona, es pot utilitzar com a criteri d'adjudicació el preu més baix.

Responsable del contracte

Com a responsable del contracte es designa En/Na Carles Garcia Hermosilla.

Tramesa d'ofertes

Les empreses ofertants hauran d'enviar les seves ofertes **mitjançant el Portal de Contractació Electrònica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://licitacions.bcn.cat/>)**. No s'admetrà cap altra forma d'enviament o lliurament de l'oferta. El termini de presentació de les ofertes serà de 5 dies hàbils des de la publicació de la licitació al **Portal de Contractació Electrònica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://licitacions.bcn.cat/>)**

L'oferta s'haurà d'emplenar segons el model de presentació d'ofertes que s'adjunta. L'oferta haurà d'estar degudament signada per l'empresa.

Notificació de l'adjudicació

L'adjudicació del contracte es notificarà a l'interessat i es publicarà de forma agregada en el Perfil de Contractant d'acord amb allò previst a l'article 63.4 de la LCSP.